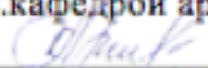


Министерство культуры Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ
КУЛЬТУРЫ»**

Факультет социально-культурной деятельности и туризма
Кафедра арт-бизнеса и рекламы

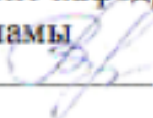
УТВЕРЖДАЮ
Зав.кафедрой арт-бизнеса и рекламы
 А.В. Кудинова
Протокол №1 от «26» августа 2016г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

Б1. В.ДВ.4.2 БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ

Направление подготовки –50.03.01 Искусства и гуманитарные науки
Профиль подготовки – Технологии управления в сфере культуры
Квалификация (степень) выпускника – академический бакалавр
Форма обучения - очная, заочная

Составитель:
Вицелярова К.Н., канд.экон.наук,
доцент кафедры арт-бизнеса и
рекламы



Краснодар
2016

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины (модуля) заложить основы профессионального сознания, обеспечить эффективность изучения всех последующих специальных дисциплин, показать необходимость изучения и освоения мирового опыта бренд-менеджмента, а также особенности российского бренд-менеджмента.

Задачи:

формирование научного представления у студентов о бренд-менеджменте, имеющего конкретно-практическое содержание;

заложить потенциал интеграции всех знаний в области менеджмента, определив специфику и методологию бренд-менеджмента;

освоение студентами общетеоретических положений управления социально-экономическими системами, формирование творческого инновационного подхода к бренд-менеджменту;

формирование понимания менеджмента как области профессиональной деятельности, требующей глубоких теоретических знаний.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Бренд-менеджмент» является дисциплиной по выбору, вариативной части учебного плана по подготовке бакалавров направления «Искусства и гуманитарные науки», профиль «Экономика».

Для изучения данной дисциплины необходимы знания в области основ менеджмента, истории искусств, психологии и экономики организации. Дисциплина «Бренд-менеджмент» связана такими дисциплинами, как «Теория организации», «Стратегический менеджмент», «Менеджмент арт-объектов», «Менеджмент некоммерческих организаций» и др.

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки:

а) общепрофессиональных (ОПК)

- способностью использовать основные положения и методы социальных и гуманитарных наук при решении социальных и профессиональных задач, анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОПК-4);

б) профессиональных (ПК) способностью работать в профессиональных коллективах, способностью обеспечивать работу данных коллективов соответствующими материалами при всех вышеперечисленных видах профессиональной деятельности (ПК-8);

- владением навыками участия в разработке и реализации различного типа проектов в образовательных и культурно-просветительских учреждениях, в социально-педагогической, гуманитарно-организационной, книгоиздательской, массмедийной и коммуникативной сферах (ПК-9).

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны:

Знать:

- современные подходы к определению сущности и содержания бренд-менеджмента;
- содержание процесса бренд-менеджмента;
- достоинства и недостатки существующих подходов бренд-менеджмента;
- возможности использования зарубежного опыта бренд-менеджмента в отечественной практике.

Уметь:

- уметь выбирать и комбинировать методы бренд-менеджмента в зависимости от конкретной ситуации,
- применять на практике современные технологии бренд-менеджмента;
- использовать источники экономической, социальной, управленческой информации в построении бренда организации, формировании фирменного стиля организации.

Владеть:

- современными методами и подходами бренд-менеджмента;
- методами подготовки и реализации управленческих решений в области бренд-менеджмента.

Приобрести опыт деятельности:

- активно использовать знания в области бренд-менеджмента в реализации профессиональных навыков.

4. ОБЪЕМ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 часа). Дисциплина реализуется в 6 семестрах. Форма промежуточной аттестации – экзамен в 6 семестре.